

Fivvy

Casos de éxito

Caso de Negocio: Up-Selling

Fintech

Promoción de Funcionalidades Premium

Resumen

El cliente buscaba promocionar las funcionalidades premium de su app móvil. Con Fivvy, se identificaron usuarios clave y, mediante notificaciones push personalizadas, se incrementó un 28% la adopción de estas funcionalidades.

Key Metrics

- ✓ 1.2M usuarios activos analizados
- ✓ 200K usuarios con alta interacción en apps bancarias detectadas
- ✓ Incremento de 28% en uso de funcionalidades premium

Strategy

- ✓ Identificación de usuarios que usan apps similares con características avanzadas (e.g., inversiones, trading).
- ✓ Identificación de usuarios con alto poder adquisitivo (e.g.: bancos premium, apps de aerolíneas/vips).
- ✓ Notificaciones push dirigidas destacando beneficios de las funcionalidades premium.
- ✓ Segmentación de usuarios con alta actividad en la app propia y otras del sector financiero.



+28%

Adopción de funcionalidades premium

+40%

Incremento del tiempo de uso en la app

-15%

Reducción del churn en usuarios premium

Caso de Negocio: Cross-Selling

E-commerce



Impulsar wallet propia

Resumen

El cliente con 3 millones de usuarios lanzó su propia wallet, destacando beneficios exclusivos como descuentos y promociones para su uso. Con campañas dirigidas a usuarios de otras apps financieras, lograron sumar 200,000 nuevos usuarios a su aplicación.

Key Metrics

- ✓ 3M usuarios activos monitoreados
- ✓ 2.2M usuarios con uso frecuente de otras wallets
- ✓ 800K de usuarios con la wallet propia

Strategy

- ✓ Detección de usuarios que usan apps financieras de la competencia.
- ✓ Campañas dirigidas a usuarios compartidos destacando beneficios exclusivos.
- ✓ Ofrecimiento de descuentos o promociones para atraer a usuarios frecuentes de la competencia.



200k

Nuevos usuarios
activos mensuales

+25%

Transacciones
realizadas en la wallet

+15%

Desinstalación de apps
competencia

Caso de Negocio: Fidelización

Gaming

Incrementar los usuarios activos

Resumen

Una empresa de gaming con 800,000 usuarios logró, gracias a Fivvy, impulsar un 20% más de usuarios activos (identificando usuarios con otros juegos y su tendencia de uso) mediante recompensas, eventos temáticos y notificaciones push. Además consiguió un aumento en microtransacciones.

Key Metrics

- ✓ 800K usuarios totales
- ✓ 185K usuarios activos mensuales
- ✓ 60% de usuarios en otras apps de juegos/5 principales

Strategy

- ✓ Recompensas exclusivas para jugadores activos.
- ✓ Eventos temáticos diseñados para incentivar participación de esos usuarios.
- ✓ Notificaciones push personalizadas sobre logros y próximos eventos.



+20%

Usuarios activos

+15%

Ingresos diarios
(ingresan más veces al mes)

+25%

Tiempo de sesión
promedio por usuario
(pasan más tiempo)

+18%

Ingresos por
microtransacciones

Caso de Negocio: Cross-selling

Insurance

Aumentando Ventas de Seguros de Hogar y Vida con Segmentación Inteligente

Resumen

El cliente identificó gracias a Fivvy, que 650k usuarios utilizaban aplicaciones relacionadas a la familia y su seguridad (como Tapo, cámaras seguridad). Además, el 43% utilizaba un seguro de la competencia. Implementaron estrategias dirigidas que lograron aumentar 23% en las ventas de seguros para hogar y vida.

Key Metrics

- ✓ 900K usuarios totales
- ✓ 650K usuarios con apps familiares (e.g., monitoreo de bebés, educación infantil, otros)
- ✓ 43% usuarios con alguna app de la competencia

Strategy

- ✓ Identificación de usuarios con alta probabilidad de tener familia basada en el uso de apps relacionadas (e.g., salud familiar, apps escolares).
- ✓ Identificación de usuarios con alta probabilidad de tener otros seguros de la competencia (tienen instalada app competencia).
- ✓ Campañas de marketing dirigidas destacando beneficios específicos para familias.
- ✓ Promociones personalizadas para seguros combinados de hogar y vida.



+23%

Aumento en ventas de seguros para el hogar

+152%

Tasa de conversión de usuarios segmentados

Caso de Negocio: Partnerships

Turismo

Incremento de ventas con alianzas estratégicas

Resumen

Empresa de turismo con 2 millones de usuarios buscaba aumentar sus ventas mediante alianzas estratégicas. Con el apoyo de Fivvy, identificaron los bancos principales de sus clientes. A través de alianzas y promociones con esos bancos lograron incrementar las reservas en un 32%.

Key Metrics

- ✓ 2M usuarios analizados
- ✓ 300K usuarios interesados en apps de viajes y reservas identificados
- ✓ +25% en descargas de apps de aerolíneas y hoteles asociadas

Strategy

- ✓ Identificación de usuarios de otras apps de planificación de viajes y reservas.
- ✓ Identificación de las bancos principales de los clientes.
- ✓ Promociones personalizadas logradas por partnerships, enviadas a 150K usuarios para paquetes turísticos exclusivos en cuotas.
- ✓ Promoción de los nuevos partnerships en redes sociales.



+32%

En reservas de paquetes turísticos

+250%

Ingresos compartidos por ventas conjuntas

+50K

Nuevos usuarios por partnerships

Caso: Monetización de Datos

Turismo

Ofrecimiento de préstamos personalizados

Resumen

Una empresa de turismo con 1.5M de usuarios interesada en monetizar sus datos (mediante Fivvy) identificó a 500K potenciales interesados en préstamos. Por medio del marketplace de Fivvy, le envió una promoción de préstamos a sus usuarios para viajes, logrando USD 45000 de ingresos por conversión.

Key Metrics

- ✓ 1.5M usuarios activos analizados
- ✓ 500K usuarios con potencial interés en préstamos
- ✓ 200K usuarios con historial de uso relevante compartido con empresas financieras

Strategy

- ✓ Identificación de usuarios propensos a necesitar financiación (e.g., apps de ahorro, crédito y viajes a destinos costosos).
- ✓ Ofrecimiento de préstamos por la alianza del marketplace de Fivvy a los clientes identificados.



+18%

Solicitudes de préstamos por fintech asociada

+12%

Conversiones de usuarios en el sector turístico

+10%

Ventas totales

Caso: Fidelización y Aumento de Frecuencia de Uso

Delivery

Impulsando la Frecuencia de Pedidos con Segmentación de Usuarios

Resumen

Empresa de delivery con 3.5 millones de usuarios buscaba aumentar la frecuencia de pedidos por usuario. Gracias a Fivvy, identificaron usuarios que alternaban entre varias apps de delivery y lanzaron campañas de retargeting. Estas estrategias resultaron en un incremento del 20% en pedidos semanales, fortaleciendo el uso recurrente de su plataforma.

Key Metrics

- ✓ 3.5M usuarios analizados
- ✓ 700K usuarios con alta interacción en apps de competencia detectados
- ✓ Incremento del 25% en la frecuencia de pedidos por usuario

Strategy

- ✓ Identificación de usuarios que alternan entre múltiples apps de delivery y análisis de patrones de uso (frecuencia de pedidos, horarios, tipo de servicio).
- ✓ Campañas de retargeting dirigidas a usuarios frecuentes de la competencia con descuentos exclusivos.
- ✓ Promociones personalizadas enviadas en los horarios y días de mayor actividad.



+20%

Pedidos semanales por usuario

+30%

Retención de usuarios frecuentes

-18%

Reducción de churn

Caso: Detección de Patrones de Uso Anómalos

Fintech  

Identificación de Actividades Inusuales en la App

Resumen

Una fintech con 1.2 millones de usuarios buscaba identificar actividades inusuales en su aplicación y reducir la tasa de incidencias. Mediante el monitoreo constante de aplicaciones y actividades mas una segmentación precisa de los usuarios, lograron reducir en un 35% el tiempo de detección de amenazas y disminuir las incidencias en un 25%.

Key Metrics

- ✓ 1.2M usuarios analizados
- ✓ 15K patrones de uso anómalos detectados
- ✓ Tasa de alertas falsas reducida a 8%

Strategy

- ✓ Monitoreo de actividades inusuales como accesos repetitivos o comportamiento atípico en horas inusuales.
- ✓ Apps identificadas con fraude.
- ✓ Segmentación de usuarios
- ✓ Comunicación proactiva con usuarios afectados.



35%

Reducción en tiempos de detección de amenazas

25%

Tasa de reducción de incidencias

+18%

Retención de confianza del usuario

Caso: Monetización de la data con empresa de turismo

Retail

Venta de Leads para paquetes turísticos identificando trabajadores remotos

Resumen

Una empresa de retail con 2 millones de usuarios buscaba vender leads para paquetes turísticos dirigidos a trabajadores remotos, con el objetivo de alcanzar al menos un 25% de ventas durante la temporada baja. Gracias a la segmentación avanzada de Fivvy, lograron identificar a estos usuarios clave y cumplir sus objetivos, optimizando las ventas de paquetes turísticos y aprovechando una audiencia específica.

Key Metrics

- ✓ 2M usuarios analizados
- ✓ 350K usuarios con características de trabajadores remotos identificados
- ✓ +25% incremento en ventas de paquetes turísticos en temporada baja

Strategy

- ✓ Identificación de trabajadores remotos a través de análisis de uso de apps laborales (e.g., herramientas de videoconferencias, gestión de proyectos) y patrones de movilidad geográfica limitada.
- ✓ Creación de un segmento específico en el marketplace de datos para empresas de turismo interesadas en atraer a este perfil de usuario.
- ✓ Campañas dirigidas con ofertas de paquetes turísticos flexibles, diseñados para escapadas en temporada baja.



+25%

Reservas de paquetes turísticos en temporada baja

+20%

Ingresos por turismo en regiones menos visitadas

Caso: Optimización de presupuesto de marketing

Multindustri Global

Focalizando presupuestos de marketing en las redes sociales correctas

Resumen

Mediante el análisis de datos de uso de redes sociales, se identificaron las plataformas más relevantes para cada grupo de usuarios. Esto permitió a las empresas optimizar su presupuesto de marketing, enfocando campañas en las redes con mayor impacto, mejorando el rendimiento publicitario y reduciendo costos innecesarios.

Key Metrics

- ✓ 4M usuarios analizados
- ✓ 3.2M usuarios segmentados por uso predominante de redes sociales
- ✓ 25% de reducción en el gasto publicitario innecesario

Strategy

- ✓ Análisis de patrones de uso de redes sociales (frecuencia, tiempo de uso).
- ✓ Identificación de las redes más utilizadas por segmentos clave de la audiencia.
- ✓ Redirección del presupuesto publicitario hacia las plataformas predominantes según cada segmento de usuario.



+40%

En el ROI de campañas publicitarias

-25%

En costos asociados a campañas en plataformas de bajo impacto

+30%

Conversiones de usuarios en redes sociales prioritarias

Caso: Incremento de principalidad

Banco 

Incremento de principalidad en transacciones recurrentes

Resumen

Un banco utilizó a Fivvy para identificar que gran parte de sus usuarios realizaban pagos recurrentes con tarjetas de otros bancos en apps como Netflix y Amazon. Con campañas de beneficios exclusivos, lograron aumentar un 35% el volumen de transacciones recurrentes procesadas con sus tarjetas.

Key Metrics

- ✓ 2M usuarios activos analizados.
- ✓ 750K usuarios identificados con transacciones recurrentes en apps de la competencia.
- ✓ Incremento del 35% en volumen de transacciones recurrentes procesadas con las tarjetas del banco.

Strategy

- ✓ Uso de Fivvy para analizar las aplicaciones utilizadas por los clientes (e.g., Netflix, Amazon, Uber Eats).
- ✓ Integración de los datos de Fivvy con los registros internos del banco para detectar clientes que realizan pagos recurrentes con tarjetas de otros bancos.
- ✓ Campañas de marketing dirigidas con beneficios exclusivos para incentivar el uso de las tarjetas del banco (e.g., cashback en plataformas populares, meses sin intereses en suscripciones).



35%

Reducción en tiempos de detección de amenazas

25%

Tasa de reducción de incidencias

+18%

Retención de confianza del usuario

Caso: Incremento de contrataciones de servicios propios

Entretenimiento

Conversión de usuarios externos a clientes con descuentos en streaming

Resumen

Gracias al análisis de datos, se identificaron usuarios que consumían plataformas de streaming externas y se les ofrecieron descuentos atractivos para migrar al servicio interno. Esta estrategia triplicó la conversión, fortaleció la base de usuarios propios y aumentó los ingresos por suscripciones.

Key Metrics

- ✓ 2.5M usuarios analizados.
- ✓ 600K usuarios identificados como consumidores de plataformas de streaming externas (e.g., Max, Disney).
- ✓ +300% en tasa de conversión de usuarios externos hacia servicios propios.

Strategy

- ✓ Identificación de usuarios que utilizan plataformas de streaming externas mediante el análisis de uso de apps instaladas y patrones de tiempo de visualización.
- ✓ Diseño de una campaña promocional con descuentos exclusivos para contratar servicios de streaming desde la plataforma propia de la empresa.
- ✓ Mensajes personalizados a través de canales como email y notificaciones push dirigidos a usuarios identificados.



+30%

Base de usuarios activos de la plataforma interna

3x

Tasa de conversión de usuarios externos hacia el servicio propio

+15%

Ingresos recurrentes por suscripciones

Caso: Ahorros en datos y market research

Retail, bienes de consumo y servicios financieros Global

Resumen

Empresas en la industria de retail, enfrentaban altos costos en estudios de mercado para mantenerse competitivas en un entorno dinámico. Con Fivvy, lograron acceder a insights actualizados y detallados sobre los hábitos de sus usuarios, eliminando la dependencia de metodologías tradicionales de recolección de datos. Esto permitió una toma de decisiones más ágil, campañas más efectivas y ahorros significativos en costos operativos.

Key Metrics

- ✓ 3M usuarios analizados para entender hábitos de consumo.
- ✓ Reducción del 40% en costos asociados a estudios de mercado tradicionales.
- ✓ Implementación de estrategias basadas en datos en tiempo real con un incremento del 20% en efectividad de campañas.

Strategy

- ✓ Datos de comportamiento de usuarios, identificando preferencias de compra, plataformas de interacción y aplicaciones competidoras utilizadas.
- ✓ Sustitución de estudios de mercado tradicionales, como encuestas y focus groups, con datos actualizados obtenidos directamente de dispositivos móviles.
- ✓ Uso de los insights para diseñar estrategias personalizadas basadas en patrones reales de comportamiento de los usuarios, reduciendo la necesidad de validaciones externas. Identificación de segmentos específicos basados en estilos de vida, consumo de apps y afinidad con marcas competidoras.



-40%

Reducción en costos de estudios de mercado y compra de datos de terceros.

+25%

Mejora en la velocidad de implementación de estrategias basadas en insights.

+20%

Incremento en la efectividad de las campañas.

100%

Sustitución de métodos tradicionales con herramientas digitales de recolección de datos.

Caso: incremento de principalidad en transacciones recurrentes

Banco 

Identificación de Actividades Inusuales en la App

Resumen

El banco utilizó Fivvy para identificar aplicaciones donde los usuarios realizan pagos recurrentes con tarjetas de la competencia. Al lanzar ofertas personalizadas, logró recuperar clientes y posicionarse como la tarjeta de preferenci. Esto resultó en un aumento del 35% en volumen de transacciones recurrentes y un 20% en la retención de clientes.

Key Metrics

- ✓ 2M usuarios activos analizados.
- ✓ 750K usuarios identificados con transacciones recurrentes en apps de la competencia.
- ✓ Incremento del 35% en volumen de transacciones recurrentes procesadas con las tarjetas del banco.

Strategy

- ✓ Uso de Fivvy para analizar las aplicaciones utilizadas por los clientes.
- ✓ Integración de los datos con los registros internos del banco para detectar clientes que realizan pagos recurrentes con tarjetas de otros bancos.
- ✓ Campañas de marketing dirigidas con beneficios exclusivos para incentivar el uso de las tarjetas del banco (e.g., cashback en plataformas populares, meses sin intereses en suscripciones).
- ✓ Uso de notificaciones push y campañas email para reforzar los beneficios exclusivos.



35%

Reducción en tiempos de detección de amenazas

25%

Tasa de reducción de incidencias

+18%

Retención de confianza del usuario